



L'intervista

Gianluca Pavanello
«La mia Macron
con lo sport addosso»

5



Il nuovo ad

Andrea Goldstein
e il suo piano di rilancio
per Nomisma

9



Non solo farina

Molino Spadoni,
l'azienda studiata
dalle business school

12

CORRIERE IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI



L'analisi

Perché
le banche locali
hanno senso

di Massimiliano Marzo

Il riassetto del sistema bancario nazionale non è privo di effetti anche su quanto accade in Regione. Gli scenari futuri segnalano un movimento di fusioni all'interno del sistema del Credito Cooperativo, prevalentemente in ambito romagnolo. E, sul versante emiliano, le voci su di un ruolo della Bper molto attivo in seno allo scacchiere delle fusioni tra popolari, è un altro elemento del quadro. A questo punto chiediamoci: che spazio c'è nel futuro per le banche locali? La domanda non è oziosa, dal momento che le operazioni di concentrazione creeranno poli creditizi con una dimensione tale da oltrepassare quella provinciale. In questo contesto, va subito segnalata la criticità di molte Bcc: pur presente un vincolo di operatività territoriale, in moltissimi casi, si è assistito ad una cannibalizzazione dei clienti, tramite continui sforamenti degli ambiti territoriali. È evidente che la dimensione ottimale di queste banche deve mutare: non è in discussione il radicamento territoriale, ma la scala dimensionale. Pur essendo imminente una legge di riforma che -sulla base delle indiscrezioni- tenderà a trasferire molto potere decisionale dalla periferia al centro (identificato come un gruppo a valenza nazionale), lo stesso risultato poteva già essere ottenuto prima, efficientando il sistema e favorendo aggregazioni su base provinciale. Ma allora: le banche locali hanno ancora un senso? La risposta è sì, con due caveat.

continua a pagina 15

Primo piano



Intuizione

Christian Sarcuni e Livio Lifranchi (a destra)
inventori di Pizzabo

Pizzabo fa scuola

Quattro startup nate tra Bologna e Modena hanno individuato un servizio vincente nella consegna di cibo a domicilio e stanno crescendo non solo in Italia. Intanto il comparto della ristorazione continua a registrare nuove aperture grazie anche a giovani e stranieri. La Fipe: «Aumentano i format di nicchia, ma le regole siano uguali per tutti»

L'intervento

Credito e politiche regionali:
così si percorre la strada
verso la «Manifattura 4.0»

di Marco Granelli

«Ci sono momenti nei quali l'arte raggiunge quasi la dignità del lavoro manuale», faccio mia questa massima di Oscar Wilde perché credo sia una summa perfetta di cosa si cela dietro il lavoro delle centinaia di migliaia di artigiani e piccoli imprenditori che ho il piacere di rappresentare in qualità di presidente, carica alla quale mi hanno recentemente confermato per un altro quadriennio.

Il nostro è un mondo veloce, fatto di sms, post e cinguettii, un mondo che brucia con

velocità tutto, dimenticando spesso la tradizione e le radici che devono necessariamente ancorarsi nel passato per poterci portare nel futuro. Anche a questo serve il sapere artigiano, l'arte che si cela dietro l'attività quotidiana di quasi 140.000 imprese in Emilia-Romagna e che contribuisce in modo determinante al Pil della nostra regione. Lungo la via Emilia, da Rimini a Piacenza, è artigianato o piccola media impresa il 98% delle aziende, una ricchezza infinita che continua a scontare le conseguenze di sette anni di recessione. La nostra categoria ha affrontato difficoltà crescenti con il calo degli ordini e del fatturato legati alla contrazione della domanda interna e alla quota ancora debole di propensione all'export; senza contare poi le tante imprese di sub-fornitura colpite dalla crisi di aziende di maggiori dimensioni.

continua a pagina 15



GibieSse
SERRAMENTI IN PVC



ANFIT
ASSOCIAZIONE FINESTRE

E' dal passato che viene il FUTURO,
dal 1977 produciamo
serramenti in PVC di qualità!

Novità
MD 76 mm
Valore Uf nodo
letolo
1,0/W (m²K)

Corso Italia, 598 - Mirabello (FE) - Tel. 0532 845180 Fax 0532 84229
www.gibiesse.com

PRIMO PIANO

Nate tra Bologna e Modena, 4 startup si contendono il mercato nazionale della consegna a domicilio

La rivoluzione del **food** entra dalla **porta** di casa



di **Francesca Candioli**

Una pizza alle due notte e una cena con le primizie della Sicilia più calda da consumare in camera da letto. Sono i volti dell'Emilia-Romagna da asporto che si mangia a casa seduti sul proprio divano grazie alle idee di quei ragazzi, oggi imprenditori di successo, che qualche anno fa hanno deciso di scommettere tutto su il take-away, quando ancora ordinare online la propria pizza preferita alle tre di notte era pura utopia.

Il primo ad averci pensato nel 2006 è stato **Matteo Trifirò**, leccese emigrato nella città delle Due Torri per studiare e fare musica, che ha dato vita a **Cosaordino.it**, il primo portale italiano dedicato alle consegne di cibo a domicilio. «All'inizio era un passatempo, scannerizzavo i menù delle pizzerie e li mettevo a disposizione degli utenti, divisi per zone della città, ma solo nel 2012 ho capito che la cosa poteva diventare an-

cora più seria» spiega Matteo, l'ideatore del sito che oggi, oltre a Bologna, è attivo in altre dodici province italiane, comprese Modena, Ferrara e Rimini, con più di 400 ristoranti attivi e 100.000 euro di fatturato al mese quando il periodo non è dei migliori.

«In estate gli affari calano perché le persone tendono ad ordinare meno, ma è l'inverno il periodo in cui si guadagna di più — continua il ragazzo che gestisce un team di dieci persone — Solo nell'ultima settimana abbiamo ricevuto cinque ordini da 180 euro». Segno non solo che l'inverno sta arrivando, ma che anche il portale, che in media può contare sulle 100 ordinazioni al giorno per una media di 30 euro a consegna, sta aumentando il proprio fatturato, già cresciuto di circa il 40% rispetto al 2014.

E se ora Cosaordino.it, rispetto a quando è nato, punta a clienti disposti a spendere un po' di più, **PizzaBo**, oggi Hello Food in tutta Italia, continua sulla cucina a prezzi popolari

che piace tanto agli studenti. Tant'è che il suo modello ha attirato le simpatie dei tedeschi di **Rocket Internet** che, come segnalava il *Corriere di Bologna*, a febbraio hanno acquistato la startup made in Emilia per, pare, 5 milioni di euro. «Puntiamo a espanderci sempre di più, oggi abbiamo pure cambiato sede, sempre a Bologna, e contiamo 50 dipendenti con in media 30 anni d'età. Ora lavoriamo in 20 città italiane, e per continuare a crescere abbiamo scelto quelle dove ci sono più giovani» spiega **Christian Sarcuni**, classe 1986 e una laurea da programmatore in tasca, che dal 2008, forse dopo aver visto il vuoto in troppi frigoriferi universitari, ha dato il via ad un mercato a sei zeri, come quello delle pizze online, da 5000 ordini al giorno e 240.000 utenti. Solo nel 2014 PizzaBo ha venduto quasi due milioni di pizze e oggi, oltre ad essere presente come Hello Food in altre 19 città, può contare sulla forza di più di 1.000 ristoranti affiliati in tutta Italia.

PizzaBo, fedele alle sue origi-

ni, non rinuncerà mai al suo ricevitore fisico degli ordini, di cui ogni esercizio commerciale deve dotarsi per ricevere le richieste dei clienti. Con **Sgnam**, invece, altra startup emiliana del food, è sufficiente scaricare l'app per gestire i pasti da consegnare. Anche in questo caso Bologna, da cui i due fondatori di Sgnam, **Giovanni Cavallo** e **Lorenzo Lelli** non si sposteranno, è stata la base di partenza nel 2012 per poi essere operativi in altre sei città italiane con in media 130 ordini al giorno, 30.000 in totale da quando sono nati, e più di 300 ristoranti aderenti.

«Bologna, nonostante i competitor, rimane comunque il mercato più interessante, con il più alto numero di ristoranti a domicilio per persona. Il 60% in più rispetto a Milano», spiega Cavallo che, insieme al suo socio, ha chiuso il 2014 con un milione e mezzo di fatturato e che quest'anno potrà contare «su di un buon 15% in più», oltre che su di un team di 15 dipendenti under 30. Ora il loro

Startupper
In alto a sinistra Christian Sarcuni con il socio Livio Lifranchi per Pizzabo.it; Giovanni Cavallo e Lorenzo Lelli di Sgnam; Sotto: Matteo Trifirò inventore di Cosaordino.it; Vincenzo Longo con Luigi Principe di Ufoody; Marco Porcaro fondatore di Cortilia

obiettivo, come la rivale PizzaBo, è aumentare i volumi e arrivare in altre città italiane, e infine l'estero. Anche se, per questo, ci vorrà ancora del tempo.

Nel frattempo mentre le emiliane Sgnam, Hello Food e Cosaordino.it si contendono il mercato del cibo pronto, **Ufoody** e **Cortilia** puntano invece sulle materie prime. Ad arrivare nelle cucine delle migliaia di utenti che si rivolgono a loro sono i prodotti della filiera corta e della grande gastronomia italiana. Dalle uova dei contadini di Modena, al passito e alle mandorle siciliane della Val di Noto. E così da Bologna, dove ha il magazzino logistico, Ufoody, altra startup nata a marzo 2014, spedisce il meglio della gastronomia italiana con in media 60 ordini al giorno in tutto il Bel Paese. E da due settimane anche sui mercati europei. «Non siamo un supermercato, ma una bottega online che punta sulla spesa di qualità e a vendere prodotti che non si trovano nella grande distribuzione. Dopo il primo acquisto, il 30% dei consumatori si fidelizza» sottolinea il fondatore **Vincenzo Longo** che, assieme al socio **Luigi Principe**, conta di arrivare fra massimo cinque anni a 10 milioni di fatturato e a raggiungere il break even point.

«Per ora, da quando siamo nati, siamo cresciuti del 400% con 4.000 pezzi venduti per un totale di 50 fornitori e 500 prodotti acquistabili» ricorda il fondatore di Ufoody che il prossimo anno, grazie al lavoro del suo staff, composto da sei dipendenti, avvierà una campagna di promozione del made in Italy anche all'estero. Per questo, invece, ci vorrà più tempo per Cortilia, un vero e proprio mercato agricolo online basato sulla filiera corta, nato a Milano nel 2011 da un'idea di **Gianluca Dettori** di **Dpixel**. Un nuovo modello di food delivery che da poco è arrivato anche in regione, a Bologna e Modena, e promette di portare il meglio della campagna in città. C'è anche chi ha sfruttato il cibo da asporto per portare online il mondo degli appassionati del food. Dai bolognesi **Badeggs** che hanno creato community internazionali che unisce sul web semplici appassionati di cucina con i professionisti e le new entry del settore, dando alla possibilità ai ragazzi delle scuole di gastronomia di organizzare a casa propria dei social eating. Ai sviluppatori di Cesena di **Edo**, un'applicazione che consente di conoscere ciò che si sta mangiando e il grado di salubrità del prodotto in base ai dati delle etichette e a quelli inseriti dall'utente sul proprio stile di vita.

Ristorazione, Emilia-Romagna tra luci e ombre

Settore in crescita dal 2009, ma anche tante chiusure. Boom di giovani e stranieri

Che in Emilia-Romagna si mangi bene non è cosa nuova. Lo ha riconosciuto recentemente Forbes con un gaudente reportage, lo dicono gli imprenditori del cibo che qui vengono qui a investire e lo confermano i turisti in visita da Rimini a Parma, recentemente candidata a Città creativa dell'Unesco per la gastronomia. Ma come sta il settore della ristorazione della nostra regione, che nell'anno di Expo deve mostrarsi invitante nonostante 7 anni di crisi?

Così così verrebbe da dire. C'è tanta gente che decide di investire in questo segmento (che vale il 10% del terziario regionale), a volte rimettendoci. Le cessazioni d'azienda infatti superano le iscrizioni, ma le imprese negli ultimi hanno continuato ad aumentare, segno di una certa vivacità. Lo dimostrano pure i 7,9 miliardi spesi l'anno scorso dalle fami-

Chi è



Pietro Fantini,
direttore di
Confcommercio
Emilia-Romagna

Chi è



Stefano Bollettinari,
direttore
regionale
di
Confesercenti

glie emiliano-romagnole per mangiare fuori casa (dati Confcommercio) e uno studio di Nomisma secondo cui, sempre nel 2014, il fatturato di bar e ristoranti sulla via Emilia è stato di 334 milioni di euro.

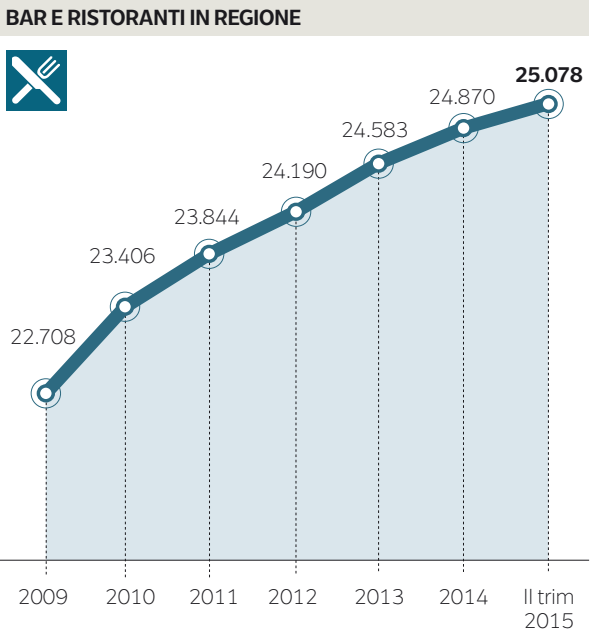
«I nostri dati dicono che nei primi sei mesi del 2015 le aperture superano le chiusure 224 a 194, c'è una sorta di ripresa — si sbilancia Stefano Bollettinari, direttore regionale di Confesercenti — probabilmente il clima economico generale è migliorato». A oggi l'associazione conta 1.932 ditte nel settore. Confcommercio invece a giugno ne annovera 25.078, pari al 10% di tutto il terziario regionale e al 7,8% del totale nazionale. Dal 2009 sono cresciute del 10% (+2.162), una media di 432 all'anno. Questo nonostante il settore del commercio in generale peggiorasse le sue performance (-1.550) e il saldo anche nel primo trimestre 2015 sia negativo per 413 ditte.

Il panorama

SERVIZI DI RISTORAZIONE, ISCRITTE E CESSATE ANNO 2014			
Provincia	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo
Bologna	284	405	-121
Ferrara	120	206	-86
Forlì - Cesena	111	207	-96
Modena	210	310	-100
Piacenza	74	127	-53
Parma	121	222	-101
Ravenna	143	224	-81
Reggio Emilia	165	221	-56
Rimini	180	352	-172
Emilia Romagna	1.408	2.274	-866
Italia	17.254	27.422	-10.168

IMPRESE ISCRITTE E CESSATE I SEMESTRE 2015			
Emilia Romagna	838	1.251	-413
Italia	9.414	15.095	-5.681

Fonte: elaborazioni Fipe su dati Infocamere



centimetri

«Il saldo negativo delle cessazioni a fronte di una crescita quinquennale dimostra un elevato turnover — ammette Pietro Fantini, direttore di Confcommercio Emilia-Romagna — è qui che bisogna intervenire, c'è tutto un tema di sostegno all'imprenditorialità e alle competenze che va affrontato». Gli strumenti secondo Fantini ci sono, il fondo sociale europeo, per esempio o i fondi strutturali. Confcommercio tra fine e inizio anno lancerà un progetto di assistenza tecnica innovativa agli imprenditori della tavola.

«Ripensiamo l'assistenza tecnica alle imprese, l'accesso

al credito, guardiamo anche allo sviluppo e all'innovazione, le piccole e medie imprese dei pubblici esercizi hanno un ruolo affascinante per i giovani e dati lo dimostrano». Sedersi a tavola fuori tra Piacenza e Rimini significa far lavorare 56.879 persone (il 10% del totale dei dipendenti a livello nazionale); l'86% sono operai e 9,5% apprendisti.

«Il terziario ha assolto a una funzione di coesione sociale: ha assorbito negli anni della crisi e quando il governo ha dato uno strumento sta creando lavoro — considera il direttore di Confcommercio — il Jobs act sta dando i suoi se-

gnali». Va detto però che le tipologie di contratto più diffuse sono il part time (per il 59,7% del totale). Infatti la caratteristica più evidente è l'attività per le generazioni più giovani: i lavoratori tra i 20-30 anni sono 18.095 (32%); tra i 30-40 sono 14.622 (27,7%). E le donne in questa galassia sono più della metà (35.429, il 62,3%), mentre si segnala l'alta incidenza degli stranieri (27,6%, 15.706), segno forse che certi lavori l'emiliano-romagnolo ha deciso di delegarli, preferendo prima aprire e poi gestire la sua attività.

Andrea Rinaldi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il mercato del «mangiar fuori» sta cambiando

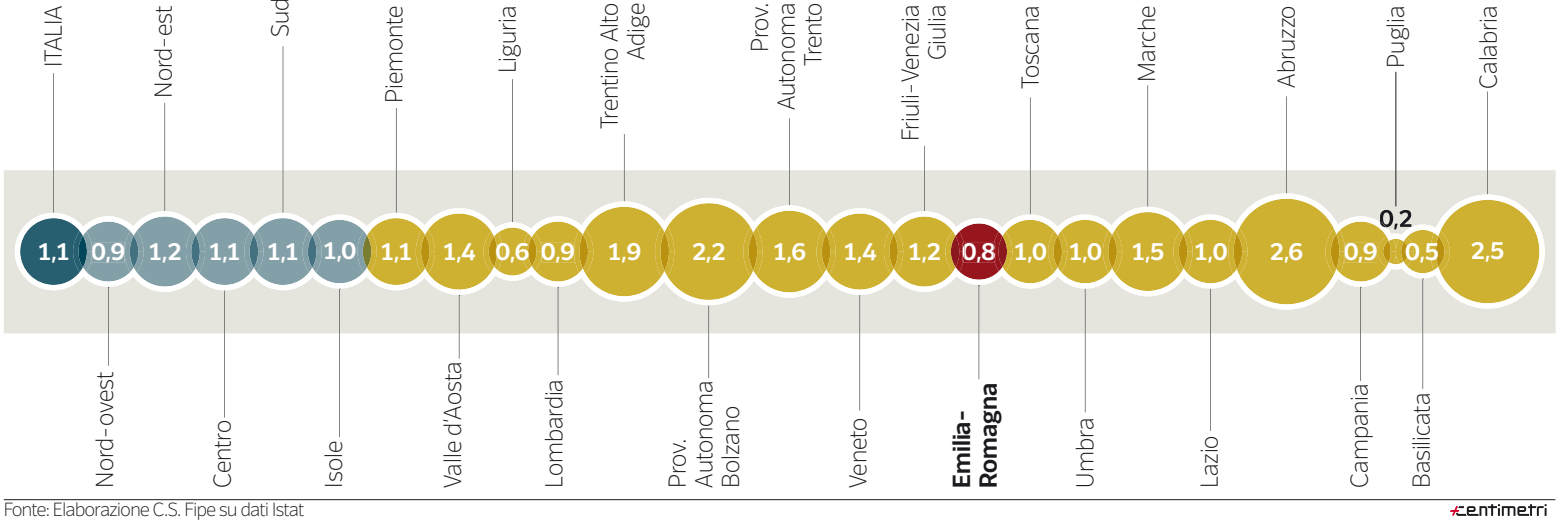
Sbraga (Fipe): «Bar e ristoranti devono sottostare a regole che per altri non valgono»

Non abbiamo paura della concorrenza purché per tutti valgano le stesse norme igienico sanitarie, fiscali, di sicurezza alimentare

«Cresce la voglia di mangiare fuori casa» titola il rapporto 2015 della Fipe, l'associazione che rappresenta il mondo della ristorazione e dei pubblici esercizi. Ma se è vero che i dati segnalano il ritorno al bel tempo (76 miliardi di spesa complessiva, +0,8% rispetto all'anno scorso), dopo un quinquennio di durissima crisi che ha visto calare i ricavi del settore di 1,2 miliardi, è vero anche che la concorrenza assume nuovi volti e il boom di format come la ristorazione a domicilio, l'home restaurant e lo street food preoccupa sempre di più i circa 320.000 operatori tradizionali italiani. Ammesso poi che di reali novità si tratti, visto che la tradizione gastronomica italiana in proposito è già ricchissima, pur con denominazioni meno sexy; si pensi ai chioschi della piadina romagnola, al lampredotto toscano, alla porchetta laziale o a specialità siciliane come arancini, pane con la milza, pane e panelle.

Il mercato del «mangiar fuori», segnala comunque la Fipe, si sta segmentando in una miriade di nuove e diverse modalità. Per ora ancora di nicchia (meno dell'1% per la fornitura di pasti preparati, meno del 10% per tutta l'altra somministrazione non tradizionale), ma comunque in rapida crescita. E se da un lato la crisi ha ingrossato le fila di chi

Variazione dei prezzi nella ristorazione



Fonte: Elaborazione C.S. Fipe su dati Istat

centimetri

non mangia mai fuori casa (il 23% degli italiani) o dei cosiddetti low consumer (il 33% degli italiani che mangia fuori una o due sole volte al mese) si ingrossa la schiera di chi invece sta fuori a pranzo quasi tutti i giorni, spesso nel weekend e due o tre volte alla settimana anche a cena. Sono questi ultimi, definiti heavy consumers — il 25% circa della popolazione, residenti in città, prevalentemente al Nord, di età compresa fra 30 e 40 anni — i cultori più accaniti delle nuove forme di ristorazione; sicuramente un fattore di tendenza, una moda, ma anche un'alternativa, a costi accessibili, per chi proprio non ha la voglia o la

possibilità di mettersi ai fornelli.

«Non abbiamo paura della concorrenza — dice il direttore generale della Fipe Luciano Sbraga — purché per tutti valgano le stesse regole igienico sanitarie, fiscali, di sicurezza alimentare». Di concorrenza, in Italia, ce n'è comunque tanta: con 440 imprese di ristorazione ogni 100.000 abitanti siamo tra i Paesi con la maggior densità in Europa, oltre che il terzo paese dopo Regno Unito e Spagna per spesa medio pro capite in consumi alimentari fuori casa (1.100 euro l'anno a testa). «Bar e ristoranti tradizionali — spiega Sbraga — devono sottostare a norme molto rigorose, controlli sulla regolari-

tà del lavoro, sulla fedeltà fiscale, sul rispetto delle disposizioni sanitarie. Tutto questo si traduce in costi fissi molto elevati, che le nuove tipologie di ristorazione non devono sostenere. Si pensi alla tassa sui rifiuti, che ancora si basa sulla metratura dell'esercizio». Ecco, non vorremmo che con il solito ragionamento all'italiana si chiudesse un occhio su chi invece non rispetta o aggira queste regole, solo perché oggi si tratta di operatori marginali».

Il direttore della Fipe cita ad esempio il fenomeno del momento, l'home restaurant, che sfrutta le opportunità del web per convogliare cene collettive a pagamento in residenze private.

In base alla legge questa è un'attività lecita se i ricavi non superano i 5.000 euro l'anno «ma nessuno potrà mai verificare senza commettere un plateale reato di violazione di domicilio». Il rischio, sottolinea il direttore delle Fipe, è che una concorrenza senza regole comprima ulteriormente i margini di redditività della ristorazione tradizionale, costringendola «ad abbandonare le buone pratiche di ospitalità, qualità del servizio, attenzione al cliente che la pone ai vertici mondiali, facendone il riconosciuto traino del turismo ricorrente straniero».

Massimo Degli Esposti
© RIPRODUZIONE RISERVATA

***MT Motori,
sempre in movimento.....
guardando il futuro.***



Tel. 051 6875011
info@electricmotors.mt.com
www.electricmotorsmt.com

L'INTERVISTA

Gianluca Pavanello

L'ad di Macron racconta come è diventata leader in Italia: informatica, fiducia nei giovani, no ai familismi e sponsorizzazioni. Crescerà con nuovi negozi

Con lo **sport** addosso

Chi è

Gianluca Pavanello, 45 anni, bolognese, è amministratore delegato di Macron. È entrato in azienda nel 2004 dopo aver lavorato in McKinsey

di **Fernando Pellerano**

Quel ragazzo col segno più addosso nato sotto le Due Torri. Gianluca Pavanello sta realizzando nella sua città, in un'azienda del territorio, il suo vincente percorso da dirigente. Corre in un terreno amato, lo sport, il manager non ancora 45enne che nell'ultimo intenso decennio ha fatto decollare la Macron, ora leader europea nella produzione di active sportswear. Pavanello, ad con i piedi per terra e i numeri che schizzano in alto, ci accoglie in maniche di camicia nella sala riunioni della sede di Crespellano tutta affacciata sulla campagna della Bazzanese: un quartier generale dove si decidono le strategie di mercato, si progettano e si disegnano i nuovi capi d'abbigliamento (sia per il mondo professionistico sia per il tempo libero) e si immagazzina il prodotto. Una penna in mano, la Company Presentation sul tavolo, il sorriso pragmatico di chi sfilata, la cravatta, si lancia in mare col kitesurf o con gli sci in neve fresca. Naturalmente indossando anche i capi Macron: un super test.

Pavanello, dove e come è iniziata la sua avventura professionale?

«Sono bolognese e qui ho studiato e mi sono laureato in Economia e Commercio. La mia prima esperienza l'ho vissuta però a Londra, in una società legata a Indesit Company, tramite l'invio del curriculum, un colloquio e via (nel 1994 era tutto un po' più semplice): fondamentale il voto di laurea, 110 e lode, la conoscenza dell'inglese e, in questo caso, essere italiano, come l'Indesit. Dopo due anni e mezzo però sono rientrato in Italia: qualche mese in una banca d'affari e poi ho frequentato un Master in Business Administration alla Bocconi. Appena diplomato, all'inizio del 1999, ho sostenuto alcuni colloqui di lavoro ed è arrivata un'altra proposta da parte di un'azienda con base a Milano, la McKinsey, una società internazionale di consulenza manageriale. Sono rimasto con loro per 6 anni, fino al 2004, quando a dicembre sono tornato a Bologna per lavorare in Macron».

Una scelta dettata anche dal legame affettivo con la sua città?

«Non particolarmente. Nel senso che avrei accettato anche se la Macron non fosse stata

qui, ma a Torino o Genova, però essendo io bolognese, avendo (all'epoca) due bimbi piccoli e conoscendo l'alta qualità della vita di Bologna (sicuramente meno faticosa e complicata delle grandi metropoli) la combinazione è stata perfetta. Il fondatore aveva appena venduto tutto a Francesco Brugnoli che, fatto l'investimento, cercava qualcuno che la gestisse. Un amico comune ci mise in contatto, siamo usciti a cena, abbiamo chiacchierato, io non conoscevo affatto la Macron, così mi presi tre giorni di tempo per capire cosa fosse e una volta sposata l'idea mi sono licenziato e sono arrivato qui, anzi nella vecchia sede che sta a 500 metri di distanza».

Cosa ha visto dietro a questa azienda che, entrata nel mercato professionistico nel 2001, dopo tre anni fatturava 10 milioni?

«La concreta possibilità di un'importante crescita personale. Avevo 34 anni e l'idea di poter costruire qualcosa è stato determinante. A un certo punto o vai in una grande azienda



Il fatturato ora è di 68 milioni di cui il 7% all'estero. I dipendenti sono passati da 25 a circa 150, anche con diversi stranieri. Solo quest'anno sono state fatte 7 assunzioni, tutti ragazzi. Il problema da noi è la capacità di rigenerarsi immettendo competenze nuove

per partecipare a un progetto oppure ne scegli una piccola dove però sei il numero uno. A me piace prendere delle decisioni e assumermi delle responsabilità: nella vita è bello quando ti volti indietro e ti accorgi di aver costruito qualcosa, di aver lasciato un segno, il proprio segno. E poi amo lo sport».

I numeri la premiano, «pesantemente».

«Abbiamo lavorato molto. Il fatturato ora è di 68 milioni di cui il 7% all'estero. Nel 2004 avevamo un solo contratto calcistico, col Bologna (dal 2001 ininterrotto, record italiano ed europeo dopo il Bayern Monaco con Adidas), e uno cestistico con Varese. Ora ne abbiamo 40 in diverse discipline, con un posizionamento top nel rugby (nazionale scozzese e i due club

più forti in Inghilterra e Francia). I dipendenti sono passati da 25 a circa 150, anche con diversi stranieri. Solo quest'anno sono state fatte 7 assunzioni, tutte persone giovani».

Qual è dunque il suo segreto?

«Se uno fa le cose con impegno e disciplina non può fare male. Lo studio è fondamentale più per la metodologia che per i contenuti che cambiano velocemente; poi bisogna avere la curiosità di capire e non fermarsi all'apparenza; infine, disciplina, organizzazione e affidabilità: gli altri devono fidarsi di te».

Qual è stata la svolta impressa da lei in Macron?

«Sono stati tanti piccoli passi. Intanto la coerenza con il nostro obiettivo: diventare leader non solo in Italia, ma anche all'estero. Quindi siamo intervenuti sui sistemi informatici, sull'organizzazione della produzione e del magazzino dopodiché nella ricerca nuovi mercati e nelle sponsorizzazioni. Nel 2008 è arrivato l'importante contratto con il Napoli, un biglietto da visita che ci ha dato credibilità ovunque».

Le aziende italiane possono quindi essere competitive.

«Il problema da noi è la capacità di rigenerarsi immettendo competenze nuove: il familismo impera e non fa quasi mai bene perché raramente i figli hanno l'energia del padre. Dobbiamo creare una società dove i giovani siano stimolati a fare scelte coraggiose e indipendenti in linea con le proprie inclinazioni e non invece di comodo o condizionate da pressioni familiari una società meritocratica. La cosa importante poi è non fermarsi, non sedersi, mai, tantomeno quando le cose vanno bene, ma cercare di migliorarsi sempre: l'azienda è come una macchina in salita, se alzi il piede dall'acceleratore vai all'indietro».

E lei ora, dopo i numeri che ci ha snocciolato, a che punto è della sua avventura?

«Dato che il problema è la distribuzione, sempre più monomarca, vogliamo parlare al consumatore finale e quindi ci costruiamo la nostra rete: va bene il prodotto, ma se poi nessuno lo vende.... Oggi abbiamo 103 negozi in tutto il mondo (il marchio italiano nell'abbigliamento è un plus), ogni anno ne apriamo una dozzina. Lo store di Bologna fattura 1 milione l'anno: 60% con le società sportive e il restante con il pubblico. Un'altra bella sfida».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'azienda

La storia

L'abbigliamento tecnico di Bologna che ha dato il nome a uno stadio

Tutto iniziò a Bologna nel 1971 con un'esclusiva: la distribuzione di attrezzatura da baseball in Italia per conto dell'azienda statunitense Mac Gregor. Crescita lenta, ma costante quella della Macron che tre anni dopo acquisisce il laboratorio specializzato in abbigliamento sportivo Record Sports (anche basket e volley), mentre nel 1991 inizia la produzione industriale delle repliche Nba per tutta l'Europa per conto della Champion. Poco dopo si trasferisce a Crespellano e nel 2001 inizia la sua avventura nel calcio professionistico fornendo le maglie ufficiali alla squadra di casa, il Bologna Fc. Nel 2005, con l'arrivo di Gianluca Pavanello (ad che oggi possiede il 15% delle quote, mentre il 34,9% è di BF&F srl e il 50,1% di Consilium SGR) la Macron allarga i propri orizzonti e si espande in tutto il mondo: dall'Italia all'Europa, per poi arrivare negli Stati Uniti, in Canada e anche in Medio Oriente. Nel 2007 viene realizzata la nuova sede, quella attuale, con tanto di magazzino capace oggi di stoccare 2,5 milioni di pezzi cui si aggiunge il milione e mezzo del comparti di Monselice. Mentre i contratti con le società professionistiche (oggi 40) e il fatturato continuano a crescere (con una media del +25-30% all'anno, dagli 11 milioni del 2004 ai 45 del 2010 fino ai 68 del 2014), cinque anni fa nasce il progetto Macron Store, il negozio monomarca che offre tutta la gamma di prodotti Macron: dal team wear (54%) al leisu-rewear (2%), dal merchandising agli accessori (44%). Un punto di riferimento per tutte le società e organizzazioni sportive, per chi pratica sport e per gli appassionati che ricercano qualità nel prodotto tecnico.

Azienda ormai internazionale con il mercato italiano al 37%, quello europeo al 56% (Uk 26%, Francia 10%) e il 7% nel resto del mondo. Fra gli sport il 75% è coperto dal calcio, quindi 8% basket, 6% volley e rugby e poi gli altri. I club che danno le maggiori soddisfazioni nel merchandising (la Macron mette sul mercato le magliette indossate dagli atleti, non delle repliche, personalizzabili) sono il Napoli col 25% (70.000 divise «camu» militare vendute), le inglesi Aston Villa e Leeds al 14%, la Scozia rugby, lo Sporting e la Lazio al 7% (50.000 maglie con l'Aquila vendute). Dei 103 negozi aperti, quasi 40 sono in Italia e i restanti in Europa e Usa. Un anno fa è stato infine raggiunto un altro grande traguardo: il Macron Stadium. Per la prima volta nella storia del calcio un'azienda italiana ha dato il suo nome allo stadio di un club inglese. Grazie all'accordo con il Bolton Wanderers FC il Bolton Stadium si chiama ora Macron Stadium. Tutto all'insegna del motto aziendale: «Mai sazi, ma contenti».

F. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MONOPOLI

Tante carte in tasca, la **moneta** elettronica è pronta a girare di più

Siamo la seconda regione italiana: il freno durante la crisi. Ora riparte con l'e-commerce

Mille euro o tremila, il tetto più o meno sopraelevato all'uso del contante non fermerà la lunga marcia della moneta elettronica. Marcia lenta, in Italia, ma inarrestabile. Un po' più lenta in Emilia-Romagna che nel resto del Paese, negli anni della crisi. Ma nel 2015, secondo le previsioni dell'Osservatorio acquisti di CartaSi, la regione manterrà a fine anno la sua posizione: seconda in Italia, con il 10,6% della spesa nazionale effettuata con le carte di debito e di credito (un punto e mezzo in più del contributo emiliano-romagnolo al Pil). In valore, il totale dei pagamenti è stimato in 90 miliardi di euro, che a loro volta rappresentano il 14,3% del totale dei consumi del paese. La quota regionale è di 9,5 miliardi di euro.

Il turismo non aiuta a spingere in alto la regione, nonostante il pienone della costa

Chi è



Francesco Pallavicino, responsabile Analisi di mercato e posizionamento di CartaSi

romagnola, le terme e le città d'arte. Al 6° posto in Italia per presenze (poco meno di 10 milioni, pari al 5,3% del totale) l'Emilia-Romagna occupa la stessa posizione anche per i pagamenti turistici (agenzie, alberghi, ristoranti, viaggi con vettori italiani) con una quota appena superiore, il 6,6%, e un incremento modesto sull'anno precedente: il 4,5% rispetto al +16,4% nazionale. I turisti sono per tre quarti italiani e solo per un quarto stranieri. Per loro il limite di pagamento in contanti è già ora di 15.000 euro, ma con una serie di adempimenti antiriciclaggio in capo agli esercenti, tenuti a versare in banca l'intero importo entro 24 ore, per consentire la tracciabilità. Insomma, più stranieri non significa necessariamente più contante, o almeno non soltanto: se la loro quota fosse superiore al 50%, come avviene in Toscana, Lombardia, Lazio e Veneto, con il loro mix di spesa contribuirebbero

Turismo à la "carta"

La spesa turistica estiva degli stranieri con carta di credito

	% sul totale	Var. % su anno prec.
Veneto	17,6	+15,0
Lombardia	13,6	+16,7
Lazio	12,7	+23,3
Toscana	11,2	+9,7
Trentino Alto Adige	8,7	+32,8
Emilia Romagna	6,6	+4,5

Fonte: Osservatorio Acquisti CartaSi

Il trend settoriale in Emilia Romagna

Valori di spesa Variazione %

	2014	2015 prev.	2016 prev.
Informatica e beni digitali	+12,4	+19,4	+8,7
Servizi vari	+6,1	+13,9	+9,0
Dettaglio non alimentare	+9,0	+12,7	+17,3
Alberghi e ristoranti	+2,5	+8,8	+5,9
Alimentari	-0,7	+3,7	+1,2
Telecomunicazioni	-1,9	+3,3	+0,4
Abbigliamento e calzature	+0,2	+3,0	+3,7
Viaggi e trasporti	+4,5	+0,0	+5,4
Beni per la casa	-1,2	-0,8	-0,7
Cash Advance	-3,8	-3,1	-0,4
Totale settori	+2,4	+5,4	+5,3

Osservatorio Acquisti CartaSi 2015 - Rapporto Previsionale di Ottobre

Tutti i Pos della regione...

Numeri di apparecchiature Point of sale per alcuni settori di attività (dicembre 2014)

	Emilia-Romagna	Totale Italia	% regione
Manifattura	6.049	15.391	39,3%
Auto&Moto	55.329	627.758	8,8%
Hotel&Ristoranti	18.214	176.460	10,3%
Noleggio&Agenzie	2.294	34.632	6,6%
TOTALE	112.612	1.221.388	9,2%

Fonte: Abi

e le carte di credito e di debito in circolazione (giugno 2015)

	carte di credito su rete	carte di credito altro	carte di debito
Emilia-Romagna	11.494	1.056.418	3.819.296
Totale Italia	1.579.483	6.478.076	33.780.342
% regione	7,1%	16,1%	11,3%

centimetri

certamente all'evoluzione degli strumenti di pagamento.

Va meglio sull'e-commerce, dove l'Emilia-Romagna vale il 10% del totale Italia e registra tassi di crescita importanti. Nel 2014 lo stock nazionale era di 14,4 miliardi di euro, il 17,5% dei pagamenti elettronici; nel 2015 sfiorerà i 18 miliardi e il 20% del totale. In generale il 2015 è il primo anno in cui i segnali di ripresa nella regione si manifestano in tutti i settori e le previsioni dell'Osservatorio acquisti lo confermano: informatica e beni digitali viaggiano verso il +19,4%. Ma anche i servizi e il dettaglio non alimentare chiuderanno intor-

no al +13%, alberghi e ristoranti intorno a più 9%. Altri settori crescono meno, ma sono tutti positivi o stabili. In complesso l'incremento nella regione sarà del 5,4% (+6,2% in Italia) e lo stesso ordine di grandezza è atteso nel 2016 (stavolta meglio che in Italia, dove si prevede un +4,5%), con un mix più omogeneo tra comparti e il primato dei prodotti non alimentari al dettaglio (libri, profumi, largo consumo) che faranno segnare un +17,3%.

In sostanza «le dinamiche positive in atto si trasmettono un po' a tutti i settori — conferma Francesco Pallavicino, responsabile Analisi di merca-



Sul web

Puoi leggere, condividere e commentare gli articoli di Corriere Imprese su www.corriere.it dibologna.it

to e posizionamento di CartaSi — Nel 2015 è tornata la fiducia per i consumatori, dopo il modesto +0,8% del 2013 e il disastro +3,1% del 2014. A livello nazionale, il trend crescente del commercio elettronico sostiene alcuni comparti, come i viaggi e i trasporti, mentre ripartono le prenotazioni alberghiere. Anche in Emilia-Romagna il commercio elettronico sta dando un contributo importante».

Nel generale ritardo italiano, con il peso della moneta elettronica «decisamente sottomensionato rispetto ad altri paesi europei — conclude Pallavicino — l'Emilia-Romagna ha comportamenti in linea con le regioni del nord Italia». Ma, si può aggiungere, con qualche particolarità nei numeri delle carte e dei terminali di pagamento. La rilevazione trimestrale dell'Abi, l'Associazione bancaria italiana, sui sistemi di pagamento, conta oltre 112mila Pos in Emilia-Romagna, il 9,2% del totale nazionale di 1,2 milioni. Però nei punti di vendita della produzione manifatturiera si sfiora addirittura il 40% del totale nazionale (oltre 6mila su 15.400). Il numero delle carte di credito e di debito, rispettivamente poco più di 1 milione e 3,8 milioni (16,1% e 11,3% del totale nazionale) dimostra che la regione, se solo volesse, sarebbe già pronta ad assumere abitudini simili a quelle delle aree più sviluppate dell'Unione europea.

Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL GRUPPO SPAL è sempre alla RICERCA di persone di talento anche per:

www.spal-group.com
www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Lavora con noi

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611
web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it

MONOPOLI

«A Pontecchio Marconi abbiamo trovato la **cultura** di impresa»

Erwin Rahue, ad di Basf Italia, svela gli investimenti futuri per il sito di Bologna

di **Andrea Rinaldi**

È il sito produttivo più importante in Italia e singolarmente è entrato nell'orbita del gruppo chimico tedesco Basf solo dal 2010. Stiamo parlando dell'ex stabilimento Ciba Specialty Chemicals di Pontecchio Marconi (Bologna), lì sorto negli anni 60 per volontà di alcuni imprenditori locali. Quest'anno anche quell'insediamento concorre a festeggiare i 150 della multinazionale tedesca e i suoi 70 anni in Italia. Anniversario festeggiato tagliando l'anno scorso un fatturato mondiale di 74 miliardi di euro e a Bologna con l'annuncio di un corposo investimento per i prossimi anni: «60 milioni nei prossimi 3 anni. Fin dall'acquisizione del sito di Pontecchio abbiamo destinato risorse per una media di 12 milioni all'anno. Ora le abbiamo raddoppiate», sorride con orgoglio Erwin Rahue, ad Italia di Basf.

Dottor Rahue, a Pontecchio con 300 dipendenti produce stabilizzanti alla luce che evitano l'invecchiamento delle plastiche e antiossidanti che assicurano stabilità nel colore. Cosa succederà ora?

«La prima fase di investimenti è stata necessaria per adeguare a standard di gruppo le strutture bolognesi salvaguardando le capacità del sito. Ora si tratta di dare una spinta aggiuntiva».

Nel concreto?

«Oltre a mantenere una produzione più che ottimale, vogliamo strutturarla in maniera adeguata alla crescita della domanda. E poi abbatteremo i costi energetici per avere la nostra indipendenza di approvvigionamento, perché, come tutti sappiamo, una delle grosse problematiche italiane è il costo dell'energia».

Questo è un aspetto che ha un peso notevole.

«Il costo dell'energia in Italia è molto alto. Questo per noi è un freno alla competitività, ma anche uno sprone a fare sempre meglio. A Pontecchio Marconi nel 2016 installeremo un impianto di cogenerazione che ci permetterà di produrre l'energia elettrica e il vapore necessari alle nostre attività. L'impianto, realizzato con una turbina di ultima generazione alimentata a metano, permetterà al sito di avere energia elettrica a un costo inferiore a quello attuale del 40%».

Come si fa, dopo 150 anni, a mantenere ancora capacità di risposta ai bisogni della società?

«Con l'innovazione e con un'innovazione tesa a dare risposte alla società nel momento specifico. Le faccio due esempi: siamo cresciuti con i coloranti sintetici e quando i coloranti naturali non erano accessibili alla popolazione, noi ne



Lavoro

La flessibilità è solo uno strumento per superare momenti difficili. Siamo a Pontecchio da poco, il Jobs act ci avvicina alla realtà globale

abbiamo abbattuto il prezzo. Lo stesso possiamo dire dei fertilizzanti. E così fino alle plastiche degli anni 60 per arrivare alla soluzione dei problemi di oggi, dove la chimica tende, appunto, a dare risposte alla società. Nessun'azienda se non avesse un impianto stabile di personale potrebbe crescere come facciamo noi».

Il vostro rapporto con Bologna?

«Abbiamo una quarantina di progetti in corso in Italia e molti con l'Università di Bologna. Qui abbiamo trovato un terreno positivo, disposto ad aiutarci, dove c'è cultura e accettazione di impre-



Chimica

A sinistra due vedute dello stabilimento Basf a Pontecchio Marconi, a Bologna. A lato Erwin Rahue, amministratore delegato Basf Italia.

sa. Sappiamo che il territorio non ti accetta se non hai capacità di svilupparti a lungo termine. E io spingo da sempre perché i progetti di ricerca crescano in loco. Ovviamente per quanto riguarda Bologna siamo concentrati su produzioni tipiche, ci sono progetti di supporto attivo alla regione e alle autorità locali, senza dimenticare il resto della società: parliamo di chimica sostenibile dentro un ambiente che deve mantenere caratteristiche positive e che si estrinseca nella sostenibilità del consumo di materie prime».

Farete assunzioni?

«A Pontecchio abbiamo concentrato le attività globali e abbiamo trovato più risorse di quante ci aspettavamo. In primis dobbiamo mantenere quella forza lavoro. È il sogno di ogni imprenditore assumere e questo va di pari passo con la crescita dei processi».

Be' il Jobs act sta andando in quella direzione.

«Io oltre a essere ad del gruppo, sono vicepresidente di Federchimica e presidente della Camera di Commercio Italo-tedesca, e posso dire che ci abbiamo messo troppo tempo ad arrivare a una regolamentazione come il Jobs act. Ben venga, quindi. Quando ho iniziato a lavorare negli anni 70 il modello normale di assunzione era il contratto, ci siamo irrigiditi negli anni successivi e ora abbiamo flessibilità e supporto. La flessibilità è solo uno strumento per superare momenti difficili. Siamo a Pontecchio da poco, ma da tanto in Italia, il Jobs act ci avvicina alla realtà globale. Credo sia importante per un giovane avere un contratto rispondente alle necessità. La stabilizzazione di oltre 320.000 persone conferma la bontà della legge».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Progetto **Elite**, altre tre emiliano-romagnole studiano la Borsa

Acantho, Interporto Bologna e Plax: salgono a 17 le aziende della regione che si preparano alla quotazione

Con l'ingresso di Acantho, Interporto e Plax salgono a quota 17 le aziende emiliano-romagnole iscritte al progetto Elite di Borsa Italiana. Esce invece il gruppo di vigilanza La Patria che ha appena terminato il percorso triennale di educazione finanziaria conseguendo la certificazione di società eccellente, pronta al debutto in Borsa. Le tre matricole fanno parte dell'ultima «informata» che conta in tutto 41 aziende, 26 italiane (tra queste Alpitour, Panino Giusto, Salumificio Berretta e Viasat) e 14 britanniche. In totale le 307 società del progetto Elite fatturano 28 miliardi di euro e danno lavoro a 105.000 addetti. L'Emilia-Romagna è già rappresentata nel progetto da alcune realtà di grandi dimensioni, come Granarolo, Ducati Energia, Bertazzoni e Gruppo Maccaferri e da

una decina di Pmi in rapida crescita.

Acantho è la controllata di Hera (al 77%) che ne gestisce gli oltre 70 collegamenti interni; ma dal '99 ha allargato l'offerta al mercato libero business, e da qualche tempo anche a quello residenziale. Oggi Acantho è il maggior operatore regionale di Tlc con 3700 chilometri di rete in fibra ottica, oltre 3.000 clienti-imprese, 9.000 punti di accesso su un bacino di circa due milioni di residenti (da Modena alla Romagna) per un fatturato 2014 di 50 milioni. L'azienda è guidata da Roberto Vancini che ricopre anche la carica di responsabile Ite di Unindustria Bologna. «Riteniamo che Elite — dice — possa rappresentare una significativa opportunità per affrontare con maggior consapevolezza percorsi di crescita che ci apriranno le tecnologie, il



Piazza Affari Palazzo Mezzanotte, sede della Borsa Italiana a Milano. Sopra a destra Raffaele Jerusalmi, ad di Borsa Italiana



mercato e il territorio».

Un esplicito riferimento alla futura quotazione in Borsa, nel segmento Aim Italia, lo fa invece Germano Grandi, presidente di Plax, gruppo fondato nel 1958 a Zola Predosa specializzato nella progettazione e lavorazione personalizzata di componenti in plastica nei settori del biomedicale, dell'information technology e dei beni di consumo. Pur con un fatturato inferiore ai 50 milioni di euro, Plax è già internazionalizzata con consociate in

Romania e Cina.

Anche Interporto Bologna vede in Elite un momento di passaggio verso un nuovo assetto azionario. La società, creata nel 1971 da Comune di Bologna, Provincia e Camera di Commercio per realizzare e gestire a Bentivoglio uno dei più grandi nodi intermodali d'Europa, è ora in pista per la privatizzazione. Due bandi però sono andati deserti, e gli azionisti hanno dato mandato al neo presidente Pietro Spirito di rivedere il piano industriale, trasformando l'azienda in una società di servizi, più appetibile per nuovi investitori. Oggi a Interporto fanno capo colossi della logistica come DHL, TNT, Fercam e grandi aziende come Camst, Salumifici Italiani e Yoox con un'occupazione totale di circa 3 mila addetti.

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Promosso da

City of Food
Is Bologna

CIOCCOSHOW

A Bologna dall'11 al 15 novembre 2015

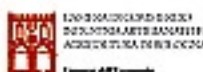


absolutgroup.it

Scende in campo la squadra più buona del mondo!


www.cioccoshow.it

Con il contributo di



Con il patrocinio di



In collaborazione con



Partner tecnici



Sponsor



Media partner

Segreteria
organizzativa

SCENARI

Industria, innovazione e internazionalità Ecco la cura **Goldstein** per Nomisma

Il nuovo ad: il rilancio del «pensatoio» bolognese si fa allargandosi a nuovi settori

Dal quartier generale parigino dell'Ocse — dove ha lavorato per vent'anni a fianco del capo economista e attuale ministro dell'Economia Pier Carlo Padoan —, al timone di Nomisma, a Bologna, passando per la Banca Mondiale. È il percorso di Andrea Goldstein, appena nominato amministratore delegato del «pensatoio» economico fondato da Romano Prodi. La nomina è arrivata dopo il riassetto azionario che ha visto l'ingresso della Crif di Carlo Gherardi come nuovo socio di riferimento. La missione è ridare lustro e sostenibilità economica a Nomisma dopo un periodo di difficoltà culminato con tagli al personale e contratti di solidarietà. **Dottor Goldstein come pensa di rilanciare Nomisma?** «Dobbiamo riconquistare i clienti che in questi ultimi difficili anni ci hanno un po' abbandonato, forse perché loro stessi hanno perduto una visione strategica del futuro. Ora ci sono le condizioni per ricominciare a guardare lontano, per investire sullo sviluppo e Nomisma, ritrovando la sua vocazione nell'analisi industriale strategica, può e

“
Aree
Punteremo
su
meccanica
strumentale,
medicale,
farmaceutic
o. Il nuovo
ruolo di
Nomisma
può essere
quello di
fornire
intelligenza
combinatori
a per
innestare un
marcia in
più

deve essere il loro naturale interlocutore. Quindi la sfida che ci siamo posti è potenziare il nostro ruolo nelle tre direzioni dell'industria, dell'innovazione e dell'internazionalizzazione». **Sull'immobiliare e sull'energia la vostra autorevolezza non si discute. Da qualche anno spaziate anche sull'enologia con Wine monitor. Su quali altri settori intendete puntare?** «La meccanica strumentale, che forse è poco sexy, ma è protagonista di una grande innovazione. Altrettanto direi per il medicale e il farmaceutico e, per quel che riguarda le frontiere più avanzate, le nanotecnologie e i big data. Il tessuto produttivo italiano non è mai stato sulla cresta dell'onda tecnologica; l'abbiamo seguita con flessibilità e creatività, ma mai cavalcata. Ecco, io penso che il ruolo di Nomisma possa essere quello di fornire l'intelligenza combinatoria necessaria per innestare una marcia in più». **Intelligenza combinatoria? Ci aiuti a capire...** «Tutto il mondo è cosciente del fatto che sarà necessario inventare un modo nuovo di fare le cose. La tecnologia resta im-



portante, ma da sola non basta a determinare la competitività di un sistema. Occorre aggiungere design, sostenibilità ambientale e sostenibilità sociale, elementi per i quali abbiamo molte carte da giocare. Intelligenza combinatoria significa la capacità di giocare bene, tutte insieme. Un esempio? Luxottica». **Che ha sede ad Agordo... Bologna quante chance ha?**

«Credo molte. È il terminale di un'asse che da qui a Milano raggruppa il meglio dell'industria italiana, con un Pil che già cresce al ritmo dell' 1,2-1,3%, con aziende globalizzate, innovative, managerializzate, a rete tra loro e con le Università. Insomma, già ben oltre il tradizionale modello emiliano. Siamo in una dimensione nuova, ben rappresentata dalla Tav che ha enfatiz-

Pensatore
Andrea Goldstein, nuovo ad di Nomisma. Ha lavorato all'Ocse e alla Banca Mondiale

zato il vantaggio logistico di Bologna come baricentro del Paese. Lo dimostrano gli ultimi investimenti esteri, che ormai coinvolgono interi distretti industriali, e, se vogliamo, anche l'arrivo di un manager straniero al vertice di un'azienda simbolo come Coesia». **Bologna è la città di Nomisma, di Prometeia, di Crif, del Mulino, della Johns Hopkins, del Cineca, dell'Università più antica dell'Occidente. Una bella potenza di elaborazione e analisi se messe assieme...** «È al centro di reti lunghe. Dalla Johns Hopkins, per esempio, si arriva in un passo alla Casa Bianca... Più che a un consolidamento fra queste realtà, però, io penso a una rete strutturata di tante realtà industriali, tecnologiche, artistiche e culturali». **Lei viene dall'Ocse, un tempio delle previsioni economiche. Come vede il futuro dell'Italia?** «I fondamentali macroeconomici globali sono favorevoli e alcune delle specificità italiane ci mettono in condizione di giocare d'anticipo sulla ripresa. Porta sfortuna parlare di nuovo rinascimento, ma certo è il momento di smetterla con i piagnistei e rimbocarsi le maniche per risolvere i nodi strutturali che ci impediscono di crescere secondo il nostro potenziale. Penso al divario Nord-Sud, al deficit delle infrastrutture, alla qualità dell'istruzione, all'inefficienza della pubblica amministrazione, alla corruzione». **Massimo Degli Esposti**
© RIPRODUZIONE RISERVATA

GRATIS

Invito
ALLA PROVA

CONSEGNANDO
L'INVITO ALLA PROVA
POTRETE USUFRUIRE
DI PARTICOLARI
CONDIZIONI DI ACQUISTO

MAICO **UDITO**
sereno

GRATIS INVITO ALLA PROVA
DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI MAICO.

LA PRESENTE PER CHIEDERVI LA PROVA GRATUITA DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI PRESSO LA FILIALE MAICO DELLA MIA CITTÀ, SENZA NESSUN OBBLIGO NE IMPEGNO DA PARTE MIA.
Severare il quadratino corrispondente al luogo prescelto.

☐ Presso la nostra filiale

☐ Richiedo la prova gratuita direttamente a casa mia.

NOME _____

COGNOME _____

INDIRIZZO _____

CAP _____ CITTÀ _____

TELEFONO _____ ETÀ _____

PROFESSIONE _____

QUESTO MESE
ANCORA PIU' CONVENIENTE

MAICO

PROGRAMMA

UDITO

sereno

Da inviare compilato a Emilfon, Piazza dei Martiri 1/2 (BO) Tel. Numero Verde 800-213330 o consegnare compilato al centro Maico più vicino

MAICO

Centri acustici

Cell. 347-2693518

NUMEROVERDE
800-213330

MAICO

BOLOGNA
Piazza dei Martiri, 1/2
Tel. 051 249140 - 248718 - 240794

BOLOGNA
Via Mengoli, 34 (di fianco alla Asl)
Tel. 051 304656

BOLOGNA
Via Emilia Ponente, 16/2
Tel. 051 310523

BOLOGNA
San Lazzaro Di Savena
Via Emilia, 251/D
Tel. 051 452619

ADRIA
Corso Mazzini, 78
Tel. 0425 908283

CARPI
Via Fassi, 52/56
Tel. 059 683335

CASTELFRANCO EMILIA
Corso Martiri 124
Tel. 059-928950

CENTO
Corso Guercino, 35 (Corte del teatro)
Tel. 051 903550

CESENA
Via Finali, 6 (Palazzo Barriera)
Tel. 0547 21573

FAENZA
Via Oberdan, 38/A (di fronte al parco)
Tel. 0546 621027

FERRARA
Piazza Castello, 6
Tel. 0532 202140

FORLI'
Via Regnoli, 101
Tel. 0543 35984

MODENA
V.le Menotti, 15-17-19 (Ang. L.go Garibaldi)
Tel. 059 239152

MODENA
Via Giardini, 11
Tel. 059 245060

RAVENNA
Piazza Kennedy, 24 (Galleria Rasponi)
Tel. 0544 35366

REGGIO EMILIA
Viale Timavo, 87/D
Tel. 0522 453285

RIMINI
Via Gambalunga, 67
Tel. 0541 54295

ROVIGO
Corso del Popolo, 357 (angolo Via Toti)
Tel. 0425 27172

SASSUOLO
Viale Gramsci, 15/A
Tel. 0536 884860

INNOVATORI

La Silicon Valley made in Modena: è il cuore dell'Ict

Qui opera il 17% delle aziende con una redditività del 9% superiore alla media

Modena come la Silicon Valley. Le imprese che operano nel settore dell'Ict (Information technologies) in Emilia-Romagna sono circa 2.529: il 17,5% (445 aziende) ha sede nel distretto modenese e rappresenta l'eccellenza in questo settore.

Il loro lavoro consiste nella realizzazione di sistemi integrati di telecomunicazione, di computer, di tecnologie audiovisive e dello sviluppo di software per creare e scambiare informazioni. Un concentrato d'innovazioni sempre più utilizzate nella cosiddetta «industria 4.0» in cui oltre ai tradizionali processi produttivi ci sarà spazio anche per le applicazioni di «internet delle cose». Un settore su cui le imprese emiliano-romagnole, e in particolare quelle modenesi, stanno investendo tanto, ma che per svilupparsi ha bisogno di aziende più grandi e di una più ampia rete di relazioni. «Siamo la "Software Valley" italiana fatta d'im-



“
Munari
Il successo dell'innovazione a Modena va attribuito al lavoro portato avanti dalle piccole e piccolissime aziende, dall'ateneo e dal Comune
”

prese eccellenti e leader in diversi settori in crescita in tutto il mondo — dice Erio Luigi Munari, presidente della fondazione Democenter — Il successo dell'innovazione a Modena va attribuito al lavoro portato avanti dalle piccole e piccolissime aziende, dall'università che ha forti competenze sulle tecnologie per i media, la sicurezza e i dati e dal Comune che sta sviluppando un modello originale e innovativo di smart communities».

A fotografare la realtà è il primo rapporto realizzato dalla fondazione Democenter, insieme con le associazioni delle imprese e l'Università di Modena e Reggio Emilia, nel comparto dell'Ict in Emilia-Romagna. Una regione che insieme alla Lombardia fa parte del gruppo delle realtà europee più avanzate in questo campo. Guardando nel dettaglio i numeri risulta che delle 2.529 imprese emiliano-romagnole che operano nell'Ict il 60% ha concentrato il proprio business

I numeri in regione



2.529
imprese Ict



10.000
occupati nello sviluppo software

DIMENSIONI

75%
aziende micro

22%
aziende piccole

3%
aziende con oltre 50 dipendenti

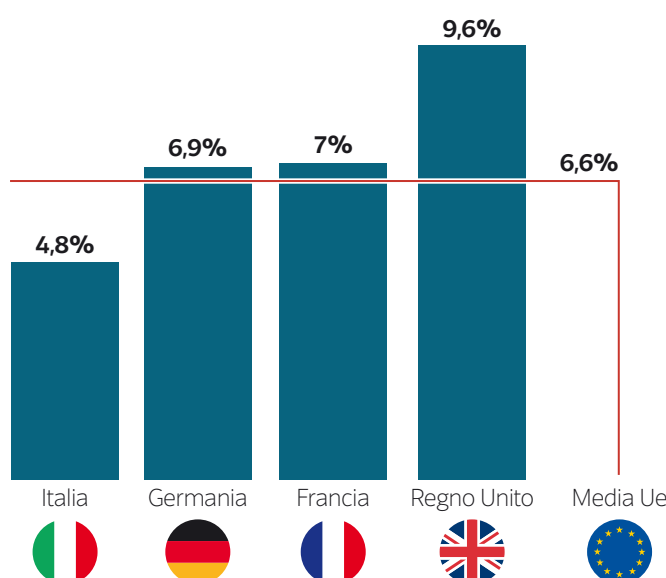
IMPRESSE SVILUPPO SOFTWARE

- Ebitda superiore dell'89% (Modena +9% rispetto alla media regionale)
- Valore aggiunto medio di oltre 53.000 euro
- Costo medio per addetto 36.000 euro

IMPRESSE ICT MODENA

- Fatturato in crescita nel corso degli ultimi 2 anni
- Età media degli occupati 30-35 anni
- Maggiore presenza su mercati nazionali, in alcuni casi internazionali
- Clienti di dimensione grande e media
- Business prevalente: sviluppo software e prodotti propri

PIL INVESTITO IN ICT



centimetri

nello sviluppo di software. Un settore in netta crescita che ha permesso di creare in regione circa 10.000 posti di lavoro. Nel complesso le ditte che operano su tutto il territorio sono per la maggior parte dei casi (il 75%) di dimensioni micro (da 1 a 9 occupati); a queste si affiancano poi le piccole (il 22% occupa da 10 a 49 dipendenti) e le medie (il 3% con più di 50 dipendenti). Il fatturato complessivo supera i 5 miliardi di euro facendo registrare una crescita positiva dell'indice di redditività aziendale (Ebitda) del 7% rispetto ai due anni precedenti. Dati migliori si registrano a Modena dove le 445 imprese, in particolare quelle

che si occupano dello sviluppo di software, hanno fatto registrare una redditività superiore di quasi il 9% rispetto a quella regionale. Con un fatturato di 630 milioni di euro l'anno, di cui oltre 275 milioni proprio nel settore software.

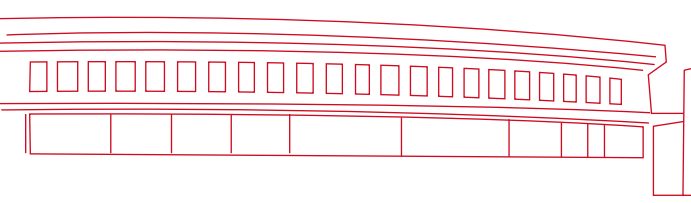
Sul fronte occupazionale sono 4.400 — tra profili operativi, informatici e ingegneri — le persone che hanno trovato lavoro nel campo dell'Ict. L'analisi di Democenter ha evidenziato anche le criticità riscontrate da molte aziende che ne impediscono uno sviluppo più rapido. Si tratta dell'elevata frammentazione del settore, gli scarsi investimenti nelle tecnologie Ict di

molte imprese, le difficoltà nel reperire personale qualificato sul territorio e la mancanza di un'interazione stabile con università e centri di ricerca locali al fine di sviluppare una maggiore cooperazione e collaborazione. «Siamo dentro un grande processo di trasformazione digitale e l'Ict partecipa in modo crescente al processo di creazione, produzione e distribuzione di beni e servizi — conclude Munari — Serve una grande alleanza tra le imprese Ict e le imprese degli altri settori per rendere sempre più competitivo il nostro sistema industriale».

Dino Collazzo
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web
Puoi leggere, condividere e commentare gli articoli di Corriere Imprese su www.corrieredibologna.it


www.sva-group.it

VENITE A SCOPRIRLI!!

PICCOLO STOCK DI VEICOLI COMMERCIALI A PREZZI IRRIPETIBILI

CON POSSIBILITA' DI PAGAMENTI PERSONALIZZATI



PREZZO SPECIALE

Ducato



Doblo



Fiat Fiorino

8.900*
modello: 1.3 Mjt

*Esclusi: opt., ms, ipt, iva - Con permuta/rottamazione

RAVENNA - Via Trieste, 227 - Tel. 0544 289311 • **LUGO** - Via Nuova Fiumazzo, 1 - Tel. 0545 35999 • **CERVIA** - Via Palazzone, 29 - Tel. 0544 973665

INNOVATORI

A Faenza anche le **note** sono di ceramica

La Garvan di Roberto Gaudenzi e Andrea Martelli realizza diffusori acustici di design: con soli tre dipendenti è un esempio di Made in Italy che piace soprattutto all'estero

Si fa presto a dire made in Italy: alta qualità tecnica del prodotto, un design originale e di pregio. Già, si fa presto a dirlo, ma se lavori su scala poco più che artigianale, servono mani e cervello, studio continuo, abnegazione, coraggio, inventiva.

La Garvan di Faenza (Ravenna) è un'azienda di diffusori acustici nata nel 2005 su iniziativa di due coetanei, allora 25enni. «Io e Roberto Gaudenzi — racconta Andrea Martelli — siamo stati compagni di banco fin dalle elementari, siamo vicini di casa, ci siamo diplomati in elettronica, abbiamo fatto un percorso di vita assieme e abbiamo trasformato la passione che ci accomuna nel nostro lavoro».

Una partenza in punta di piedi, le prime difficoltà a farsi conoscere sul mercato, poi la svolta, avvenuta quasi per caso.

«Era la fine del 2006 e un architetto ci chiese un prodotto a incasso "a filo muro", che si integrasse perfettamente con le pareti, quasi scomparendovi. Siamo stati i primi al mondo a realizzare un diffusore acustico di que-

sto tipo, poi l'hanno copiato in tanti, anche negli Stati Uniti. Peccato non averlo brevettato: non credevamo potesse avere tanto successo, invece in breve le richieste sono piovute e le vendite moltiplicate».

Ancora oggi è quella la linea principale della Garvan, che produce diffusori di grande qualità, completamente italiani nell'idea, nel progetto e nella realizzazione, utilizzando materiali eccellenti e unendo all'elevato valore dell'acustico un alto contenuto di design. Come «Goccia», forse il più affascinante. Esternamente è realizzato in ceramica di Faenza, materiale che offre la possibilità di creare, grazie ai colori pastello, oro, rame e platino, veri e propri oggetti d'arte. Innovativo è anche il metodo di fissaggio a sospensione della cassa acustica.

La Garvan si colloca nella fascia medio-alta del suo settore e i prezzi dei diffusori vanno da un minimo di 170 a un massimo di 1.700 euro. Vengono acquistati per abitazioni private, alberghi di lusso, locali commerciali alla moda, spa e centri benessere,

**Musica**

Sopra un particolare del diffusore acustico «Goccia» in Ceramica di Faenza, progettato dalla Garvan

navi da crociera. Nel 2014, l'azienda ha raggiunto un fatturato di 540.000 euro, cifra già superata quest'anno (chiuderà intorno ai 700.000 euro). Eppure Martelli e Gaudenzi hanno tre soli dipendenti fissi, oltre ad alcuni collaboratori esterni, soprattutto designer. Hanno iniziato nel 2012 a esportare e fatturano già all'estero quasi la metà del totale. «Mercati co-

me la Germania, la Francia, la Svizzera li abbiamo aggrediti con grande impegno», spiega l'imprenditore.

Ma adesso l'azienda faentina si sta facendo conoscere anche in India e in Cina. Nella popolarissima patria del Dragone c'è una fetta relativamente piccola di popolazione agiata che acquista solo pezzi originali e apprezza il made in Italy. Poi toccherà agli Stati

Uniti, ma con calma, perché «crescere in modo costante ci permette di gestire bene la situazione» conclude Martelli.

La Garvan ha collaborato con partner eccellenti come Jacuzzi, Natuzzi, Ibm, Msc Crociere ed è stata partner tecnico alla Mostra del cinema di Venezia.

Maurizio Andreoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GHETTI

Multiservice

RAVENNA - Un Service Globale

Officina - Carrozzeria

Revisioni

Service Pneumatici

Ricambi originali



centro assistenza autorizzato



Ravenna - Via Mons. Fabbri, 3 - Tel. 0544.508711

FOOD VALLEY

La **farina** del Molino Spadoni è tutta del suo sacco E viene studiata dalle Business school di mezzo **mondo**

Il gruppo è stato capace di diversificare: oggi produce in proprio e apre ristoranti. L'idea di un mercato a Ravenna

Miami, Rio de Janeiro, Mosca, Chongqing, Bedford, Città del Capo e pure Bologna. Il 24 ottobre da 9 Business School sparse per il mondo sono venuti fino a Cocolia: manager e studenti sono arrivati in questa minuscola frazione di Ravenna con 380 abitanti per ammirare una delle «migliori realtà di successo del Made in Italy dell'Emilia-Romagna per il comparto food».

Il copyright è della Bologna Business School e si riferisce al Molino Spadoni, un'azienda a quasi secolare tradizione che è riuscita ad adattarsi al mercato sempre con la farina del suo sacco. Tutto è cominciato nel 1923, quando Livio Spadoni fondò il marchio che porta il suo nome, quasi 500 anni dopo il rilevamento di quell'antica macina idraulica da parte della sua famiglia. Oggi la sede è rimasta a Cocolia, ma lungo la via Emilia Molino Spadoni possiede 10 stabilimenti che danno lavoro a 120 dipendenti e a 2.000 collaboratori esterni per un volume d'affari di 50 milioni, il 12% dei quali realizzati in Europa e negli Stati Uniti. D'altronde la distribuzione delle quote di mercato delle farine non lascia dubbi: nella gdo il gruppo ravennate controlla il 51,1% contro l'8,4% di Barilla e il 6,3% di Molino Chiavazza, per ricordare solo i più famosi.

Tra la pietra delle origini e una globalizzazione che rischia di mandare sempre tutto in crusca, c'è il punto di svolta del 2009, tracciato dall'attuale ad Leonardo Spadoni, dopo la grande rivoluzione delle farine specifiche inventate negli anni 80. La parola però è lasciata, in

Chi è



Leonardo Spadoni, amministratore delegato del gruppo Molino Spadoni



questo caso, alla quarta generazione, Federico Fabbri, nipote di Leonardo (il patriarca Livio era il padre di suo nonno), oggi direttore aziendale a soli 32 anni.

Riccardo Silvi, direttore scientifico dell'International Week di Bologna Business School, che ha portato i suoi alunni a visitare l'azienda, è netto: «Di dimensione medio-piccola, Molino Spadoni ha saputo rinnovarsi e usare le proprie competenze e conoscenze per innovare il proprio modello di family business, lavorando sulla diversificazione del prodotto e sulle modalità distributive».

È nel 2009 infatti che il gruppo Spadoni decide di sperimentare un'intuizione che si rivelerà giusta. Oltre a farine, miscele e lieviti, sono stati creati prodotti senza glutine, biologici, nutraceutici e anche da forno dolci, salati e surgelati, derivati dalla materia prima di Molino Spadoni. Che non caso è socio del consorzio Almaverde Bio. Le farine vengono dall'Italia, ma anche dall'estero, vedi la manitoba. «Oltre a questo filone, abbiamo diversificato verso progetti più tradizionali per valorizzare la nostra storia — continua Fabbri — dai formaggi come lo squacquerone e la ri-



Sul web

Puoi leggere, condividere e commentare gli articoli di Corriere Imprese su www.corrieredi-bologna.it

cotta, confezionati in un caseificio che abbiamo recentemente acquisito, al mondo della carne. A Brisighella infatti abbiamo costruito un allevamento di sola mora romagnola, con annesso centro di lavorazione, per produrre carne e salumi a marchio Officine gastronomiche Spadoni».

Nel futuro però non ci saranno quotazioni o fondi di investimento, sgombra subito il campo il giovane manager. «A completamento di tutti questi progetti, vogliamo diventare un polo alimentare completo. Per questo abbiamo attivato l'apertura "Casa Spadoni", ristoranti



Produzione

A sinistra la sede del gruppo Molino Spadoni a Cocolia, in provincia di Ravenna. L'azienda possiede 10 stabilimenti sparsi per la regione. Sopra invece l'interno di Casa Spadoni, la catena di ristoranti a marchio in cui vengono servite pietanze a base di materie prime Spadoni

in cui serviamo pietanze con nostre materie prime. Il primo locale è stato aperto a San Giacomo del Martignone, in provincia di Bologna». Le prossime inaugurazioni saranno a Faenza, poi a Ravenna di fronte alla Basilica di San Vitale e poi ancora a Brisighella per concludere nel 2017 con l'arrivo del format dentro al mercato coperto di Ravenna: 4.500 metri quadri dove il gruppo sarà protagonista con tutta la sua offerta assieme a Coop Adriatica per cucinare e somministrare gelati, birre, pizze, piadine e carni.

Andrea Rinaldi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Piadina, il primo **chiosco** Igp è a Milano Marittima

Il consorzio romagnolo saluta il 2015 con una produzione record: 10,5 tonnellate (+25%)



Pagliacci
Non ho mai contato quante piadine faccio, ma posso dire che negli ultimi tre mesi ho consumato 4.800 chili di farina

Stessi quattro ingredienti — farina, acqua, strutto e sale — per tre diverse interpretazioni: a Rimini sottile e flessibile, a Cesena spessa e consistente, a Cervia una via di mezzo. Ma per un viaggio nell'autentica Piadina Romagnola, anzi, nelle Piadine Romagnole da giugno tutelate con il marchio Igp, da oggi si può partire da piazza Cadorna di Milano Marittima dove il chiosco «Piadina del mare» di Milena Pagliacci ha appena ottenuto, primo in tutta la Riviera, il bollino blu europeo.

Hanno già avviato le pratiche, quindi seguiranno a breve, i ristoranti Sangiovese di Sant'Arcangelo e la casa delle Aie di Milano Marittima. Milena è l'ultima erede di una dinastia fondata dalla madre nel 1960 e oggi diventata una piccola catena, con quattro chioschi e 21 dipendenti in piena stagione, più un laboratorio centralizzato che li rifornisce, dove Milena in persona presiede alla miscelazione di acqua e farina, «il passaggio più delicato di tutta la

La ricetta IGP



Farina
(di grano tenero)



Sale
(pari o inferiore a 25 grammi)



Laminatura
attraverso matterello manuale oppure laminatrice meccanica



Acqua
(quanto basta per ottenere un impasto omogeneo)



Grassi
(strutto e/o olio di oliva e/o olio di oliva extravergine fino a 250 grammi)



Cottura
su un piano cottura che varia da 200 a 250 gradi con un massimo di 4 minuti

Tipi

Diametro minore (15-25 centimetri), ma più spessa (4-8 millimetri)

"Alla riminese" con diametro maggiore (23-30 centimetri) e più sottile (fino a 3 millimetri)



lavorazione» assicura. «Non ho mai contato quante ne faccio in un anno — aggiunge — ma posso dirle che negli ultimi tre mesi, quando ho dovuto registrare tutto per gli ispettori dell'ente di certificazione, ho consumato 4.800 chili di farina».

Conti molto precisi li tiene invece il Consorzio che associa 16 dei 22 produttori italiani di piadina romagnola Igp. Que-

st'anno la produzione totale Igp si aggirerà attorno a 10.500 tonnellate (+25% rispetto al 2014) con un fatturato di circa 30 milioni di euro. Aggiungendo il prodotto non certificato si arriva a 67.500 tonnellate (+10%) per un fatturato complessivo di quasi 160 milioni, al 75% realizzato in Romagna. Circa 135 derivano da aziende artigianali o industriali (Orva, Deco, Adp e

Compagnia della Piada le principali) i restanti da chioschi, gastronomie e ristoranti, che in tutto sfornano piadine per 10.000 tonnellate l'anno.

Come si è visto a metà settembre a Milano, quando il Consorzio ha fatto ballare il lisio a tutta Expo, la Piadina è ormai un prodotto simbolo nazionale, per il 10% venduto anche all'estero. Tanto che spun-

Primato
Sopra da sinistra Milena Pagliacci, titolare del chiosco Igp di Milano Marittima, con il suo staff

tano già le confezioni taroccate in Cina, Brasile, Spagna e Usa. Ma all'estero guarda anche Milena Pagliacci che con quattro colleghi ha appena fondato «La Piadina del Salinaro», un servizio globale di piadina espresso su ordinazione che ha esordito con una spedizione di alcuni quintali a Valencia.

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FOOD VALLEY

Emilia-Romagna serbatoio di sementi

Il futuro si gioca sulle nuove varietà

Assosementi: «Rischiamo lo stop alle attività di miglioramento genetico vegetale»

Emilia-Romagna è leader nella produzione e moltiplicazione delle sementi, e concentra le sue imprese soprattutto in provincia di Forlì-Cesena, seguita da Bologna e da Parma. Forte di una specifica legge regionale — la n. 2 del 1998 che contribuisce a realizzare il necessario isolamento spaziale delle colture e limitare l'eventuale «inquinamento genetico» garantendo così una maggiore qualità — il settore sementiero interessa oltre 8.000 aziende agricole e una superficie investita sui 44.339 ettari complessivi nel 2014 (di cui barbabietola da zucchero, 3.500 ettari; colture orticole, 6.400 ettari; erba medica 10.280 e frumento tenero, 10.100), con un balzo di otto punti percentuali in cinque anni.

«Costituisce un vero e proprio distretto in cui sono presenti fattori e condizioni che concorrono a mantenere saldo il primato in ambito nazionale. Con una produzione lorda vendibile agricola stimata in circa 120 milioni di euro, questa regione rappresenta infatti quasi un terzo del valore della produzione nazionale. L'incidenza supera il 95% nel caso della barbabietola da zucchero e di alcune orticole in netto incremento come il coriandolo che richiede pochi investimenti e offre buone opportunità sui mercati orientali. Si rileva invece un tendenziale calo di sementi cerealicole dovuto al fatto che l'agricoltore spesso fuorviato dal costo inferiore, rinuncia al prodotto certificato», ha detto il neo segretario generale di Assosementi, Alberto Lipparini, di recente a Bologna per aprire il forum sui «prati naturali nello sport: una scelta di campo», sostenibile e sicura. Un tema caldo perché «stiamo parlando di migliaia di campi in tutta Italia e la concorrenza da parte dei tappeti sintetici è forte, talvolta sostenuta anche da federazioni calcistiche», sottolinea Mauro Frigo, coordi-

Le superfici sementiere in regione

Cifre in ettari (ha)

COLTURE/ANNI	2010	2011	2012	2013	2014	VARIAZ. (%) risp. al 2010
BIETOLA (ALTRE)	24	27	17	45,8	68	182%
BIETOLA ZUCCHERO	2.694	4.353	3.644	3.223	3.500	30%
BRASSICHE	203	n.r.	216	n.r.	475	134%
CAROTA	682	n.r.	552	n.r.	745	9%
CAVOLO	319	n.r.	269	n.r.	577	81%
CETRIOLO	160	n.r.	179	n.r.	206	29%
CICORIE	636	n.r.	1.157	n.r.	688	8%
CIPOLLA	287	n.r.	313	n.r.	233	-19%
ERBA MEDICA	8.702	9.146	10.750	10.066	10.280	18%
FRUMENTO DURO	8.470	5.661	5.575	5.322	5.466	-35%
FRUMENTO TENERO	8.234	7.993	10.257	10.448	10.100	23%
GIRASOLE	962	1.254	1.683	2.107	1.422	48%
LOIETTO ITALICO	3.570	3.012	2.296	3.302	2.067	-42%
MAIS	901	1.032	2.785	3.137	2.694	199%
ORZO	798	982	1.718	1.464	1.230	54%
PISELLO DA FORAGGIO	334	112,8	61	38	83	-75%
RAVANELLO	1.292	n.r.	1068	n.r.	1.282	-1%
RISO	728	798,7	754	548,54	625	-14%
SOIA	1.834	1.930	1.598	1.933	2.547	39%
ZUCCHINO	70	n.r.	59	n.r.	51	-27%
TOTALE	40.900	36.300	44.952	41.636	44.339	8%

natore del gruppo di lavoro sui tappeti erbosi di Assosementi evidenziando i plus: «un campo di calcio in erba naturale cattura 12 tonnellate di CO2 in un anno e un prato di un ettaro può rilasciare nell'atmosfera 20.000 litri di acqua». E rimarca: «Grazie ai progressi compiuti dalla ricerca è oggi possibile avere a disposizione varietà specifiche sempre più performanti e resistenti».

Ed è proprio sull'innovazione che si sofferma Lipparini: «La ricerca subisce continui attacchi e adesso rischiamo lo stop alle attività di miglioramento genetico vegetale (la Commissione Europea è chiamata ad esprimersi il 19 novembre). Se prevale il sensazionalismo — avverte preoccupato — le nuove tecniche di genome editing e di cisge-

netica potrebbero essere parametrate alle "vecchie Ogm"». Tutto questo quando oltreoceano avanzano senza ostacoli nutrite schiere di breeder, genetisti, selezionatori tant'è che «nel Texas si è persino arrivati alla scoperta di un ibrido di sorgo Ogm free-non geneticamente modificato che permette — aggiunge Frigo — una riduzione dell'apporto idrico del trenta per cento e blocca l'eventuale proliferare di tossine molto nocive per l'uomo».

Lo sviluppo varietale richiede notevoli investimenti, tempi lunghi (per costituire una nuova cultivar occorrono anche otto-dieci anni) e risorse umane professionali. Ora gli investimenti in ricerca genetica si aggirano sul 10 per cento e forse più dell'intero

fatturato dell'industria sementiera. Assosementi punta ad implementare in particolare due filoni: «uno incentrato sull'ottimizzazione produttiva (negli ultimi decenni sono stati raggiunti importanti risultati in termini di resa in tonnellate per ettaro con aumenti produttivi fino al 40 per cento rispetto a varietà non modificate geneticamente) e al contempo sulla sostenibilità e sulla riduzione degli input produttivi (in particolare acqua, fertilizzanti, prodotti chimici etc.); l'altro, sul recupero dei sapori e sulla qualità. Le più recenti applicazioni del miglioramento genetico consentono di dar vita a cultivar resistenti alle malattie, nonché di arrestare in alcune specie la produzione di specifiche proteine responsabili di allergie in soggetti sensibili».

«Tutto il nostro lavoro — tiene a precisare il segretario generale — non intende affatto ostacolare il mantenimento della biodiversità ma al contrario vuole migliorarla».

B. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

8

Mila
Le aziende in regione interessate dal settore sementiero

centimetri

Dalla regione

La misura



In arrivo 24 milioni agli imprenditori delle rinnovabili: primi bandi nel 2016

In arrivo 24 milioni per gli imprenditori delle energie rinnovabili. A prometterli è il nuovo piano regionale di sviluppo rurale che punta sull'utilizzo efficiente delle risorse naturali. «Si tratta di un segnale positivo — ha spiegato Alberto Mazzoni, responsabile di Agroenergie di Confagricoltura — ma ciò che chiede il comparto è di dare continuità alla programmazione anche nel lungo termine perché questo tipo di investimenti spesso si affronta con finanziamenti bancari che necessitano di anni di lavoro per essere ripagati».

Sono infatti ancora centinaia gli imprenditori locali che aspettano ancora un responso della Corte costituzionale sul ricorso presentato da Confagricoltura e Assorinnovabili contro la misura del decreto Competitività che ha negato gli incentivi pattuiti per le fonti fotovoltaiche. «Appreziamo lo sforzo della Regione — ha proseguito Mazzoni — ma auspichiamo che si tenga conto delle effettive necessità delle imprese e dell'evoluzione del quadro normativo sulle agro energie e sull'efficienza energetica». «L'attenzione è massima — ha assicurato Mauro Fini dalla Regione — I primi bandi partiranno nel 2016. Si va dai primi 14 milioni di euro per l'agricoltore che diversifica la propria attività con la produzione di energie da fonti alternative, ai 4 milioni per gli enti pubblici che siglano una convenzione con l'azienda agricola per la fornitura di biomassa, e ai 6 milioni per chi utilizza il sottoprodotto o il prodotto di scarto».

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 10 novembre
A Bologna il convegno dalle 9.30 «Cosa succede davvero in Cina, quali sono le opportunità e i nuovi modelli di business?» in via San Domenico, 4.

● 12 novembre
A Ferrara il seminario «Capire meglio gli equilibri economico-finanziari della propria impresa» a sostegno dell'imprenditoria femminile. Dalle 14.30 alla Camera di Commercio in Largo Castello 10.

● 12 novembre
A Ferrara il seminario «Capire meglio gli equilibri economico-finanziari della propria impresa» a sostegno dell'imprenditoria femminile. Dalle 14.30 alla Camera di Commercio in Largo Castello 10.

● 14-15 novembre
A Rimini la prima edizione di Rimini beach mini maker faire dalle 9 alle 18. Due giorni di workshop, presentazioni e laboratori dedicati ai creativi e alle innovazioni tecnologiche

● 30 novembre
C'è tempo fino al 30 novembre per partecipare al bando, promosso dalla Camera di commercio di Rimini, per l'assegnazione di un contributo a fondo perduto a favore delle nuove imprese fino ad un massimo del 40% delle spese ammesse. Per info www.riminieconomia.it

Stagione per stagione

Costa poco e rende bene la coltura «paga debit» del caco

di Barbara Bertuzzi

Una volta si mangiava solo con il cucchiaino, ora non più. Sta infatti guadagnando posizioni pure in Italia la varietà Rojo Brillante a polpa soda (nella Gdo-Grande distribuzione a partire da 2 a 4,5 euro/kg; fonte: Cso). «Il frutto è davvero molto attraente, dal colore invitante e — spiega Edgardo Giordani dell'Università di Firenze, uno dei massimi esperti di cachi — non presenta alcun difetto sulla buccia». Si differenzia dal Loto di Romagna, di gran lunga la cultivar più coltivata sul territorio nazionale e regionale (prezzi da 1,3 euro/kg), anche per il sapore meno dolce e la dimensione maggiore. «Adesso la ricerca italiana sta lavorando per introdurre una nuova varietà simile alla Rojo Brillante che sia però caratterizzata — racconta — da un'epoca di maturazione anticipata (prima della fine di ottobre) e, se possibile, che non richieda la rimozione

dell'astringenza: un obiettivo difficile da raggiungere visto che da anni il Giappone si cimenta nelle "non astringenti" con risultati tuttavia modesti sotto l'aspetto della produttività».

Quest'anno la stagione è andata decisamente bene grazie ad una combinazione di fattori climatici come rileva Giordani, «ottima la qualità con una resa che ha sfiorato anche le 50 tonnellate ad ettaro». Non nasconde la soddisfazione Pierluigi Nicoli che tra Copparo e Ferrara coltiva la Rojo Brillante su tre ettari e chiude l'annata con un più 50 per cento di produzione rispetto all'anno scorso. «È molto produttiva. L'omogeneità di maturazione permette poi di ridurre i tempi di raccolta così — dice soddisfatto — contengo i costi di produzione sui 40 centesimi al chilo».

Più 40% di cachi anche sulle colline romagnole. «Sto puntando alla riscoperta e alla va-



Il frutto

Originario dell'Asia, il caco è anche noto come loto del Giappone. Di polpa morbida, esistono le seguenti varietà: Loto di Romagna, Vaniglia della Campania, Fuyu, Kawabata, Suruga. Nella foto la varietà Rojo Brillante a polpa soda.

lorizzazione del prodotto», spiega Paolo Placci che non ha mai smesso di produrre il Loto di Romagna alle porte di Faenza, dove si divide tra impianti nuovi e vecchi di oltre trent'anni. «Si distingue per il buon rapporto qualità-prezzo e non necessità di particolari cure, basta prestare massima attenzione alla raccolta che va fatta esclusivamente a mano dall'albero fino alla sistemazione nell'apposito imballaggio». La pianta è resistente alle avversità e richiede pochi trattamenti antiparassitari. «È una coltura «paga debit» — sottolinea in chiusura il docente fiorentino improvvisando una perfetta cadenza romagnola — cioè costa poco e ti remunera. Inoltre il caco spagnolo è ancora più sano e naturale di quello spagnolo perché aiutato dal clima mite e temperato, si deve difendere meno dagli attacchi della mosca della frutta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

HONDA
 The Power of Dreams

NUOVO HONDA HR-V. LA SOLUZIONE PERFETTA.


EARTH DREAMS
 TECHNOLOGY


Honda HR-V è progettato per adattarsi perfettamente ai tuoi desideri. Le linee fluide di un coupé e la versatilità di un SUV si incontrano in un design unico. Motori super efficienti, 1.5 i-VTEC 130 CV benzina e 1.6 i-DTEC 120 CV diesel, avanzati sistemi di sicurezza e assistenza alla guida (ADAS) e l'innovativo sistema di infotainment Honda CONNECT ti regalano un'esperienza mai vissuta prima. La perfezione da oggi si guida.

Scopri lo negli Showroom Honda.

honda.it

Honda Auto Italia

Consumi gamma HR-V, ciclo urbano/extraurbano/combinato (l/100 km): da 4,2 a 7,1 / da 3,8 a 4,9 / da 4 a 5,7. Emissioni di CO₂: da 104 a 134 g/km.

Concessionaria Ufficiale
AUTOMOTIVE GROUP

Bologna - Via Zanardi, 41 - Tel. 051 63 50 905

San Lazzaro di Savena - Via Emilia, 295 - Tel. 051 499 25 11

Imola - Via Selice, 185/A - Tel. 0542 64 07 15

Ravenna - Fornace Zarattini - Via della Merenda, 26 - Tel. 0544 50 17 19

Forlì - Via Ravennana, 422 - Tel. 0543 77 43 18



www.hondabologna.com



OPINIONI
& COMMENTI

L'analisi

Perché le banche locali hanno senso

SEGUE DALLA PRIMA

In primo luogo, l'innovatività. Un banca può anche essere piccola, ma deve essere innovativa in termini di prodotti e di processi. Secondo requisito essenziale è l'efficienza. Purtroppo non tutte le banche locali della nostra regione hanno risposto a questi criteri. Il caso Carife è sotto gli occhi di tutti: un salvataggio molto difficile (se non impossibile). Le difficoltà di tante altre banche locali (Banca Romagna Cooperativa, Cassa di Risparmio di Rimini, per citarne alcune) hanno mostrato come il sistema del credito regionale – con le dovute eccezioni del caso – mostri un po' la corda. Al di là di casi specifici e contingenti il tratto comune delle varie crisi bancarie regionali è dato da due fattori: incapacità del management a interpretare i nuovi scenari regolamentari e macroeconomici e resistenza al cambiamento da parte sia del management che di molti amministratori. Le difficoltà non si manifestano all'improvviso: specialmente in una banca, i segnali di difficoltà nascono sempre da lontano. E, sempre con la logica che la nottata deve passare, oggi molte banche locali pagano questo tipo di inerzia gestionale. Non si accampi a scusa il fatto che «i rafforzamenti patrimoniali sono difficili perché non ci sono soldi». Non è vero: in Emilia-Romagna la raccolta di banche private (quelle che gestiscono il denaro di clienti importanti) è a livelli altissimi. È solo la credibilità di offrire servizi, canali di investimento efficienti e redditizi che fa e farà sempre di più la differenza nel futuro. Ed è proprio sul risparmio che si giocherà: se si potrà contare su una raccolta adeguata, vi sarà scarso margine per il credito. In più, i player nazionali e internazionali abili a intercettare la raccolta, potranno avvantaggiarsi delle nostre elevate masse di risparmio che non siamo stati in grado di mobilitare in modo efficace.

Massimiliano Marzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna

Via Baruzzi 1/2,

40138 Bologna

e-mail: lettere@

corrieredibologna.it

Fax: 051.3951289

oppure a:

andrea.rinaldi@rcs.it

mdegliesp@gmail.com



Il controcanto di Massimo Degli Esposti

LA FIOM A DOPPIO BINARIO
TRA LAVORO E PRECARIETÀ



La Ducati sta vivendo una nuova primavera. Al punto che dovrà aumentare la forza lavoro di almeno 200 unità per tener dietro a un boom di vendite che sembra inarrestabile. Ma la prudenza è d'obbligo e le nuove assunzioni saranno a termine, 3-4 mesi per il momento. Poi si vedrà se il successo di mercato si consoliderà a sufficienza da giustificare un aumento strutturale dell'organico con assunzioni a tempo indeterminato. Il percorso è condiviso ed è stato formalizzato in un accordo appena firmato fra l'azienda e

i sindacati dei metalmeccanici, Fiom compresa. Con altrettanta ragionevolezza sindacati e azienda hanno convenuto che la precedenza nelle prossime assunzioni verrà data a lavoratori espulsi dalle aziende metalmeccaniche del territorio in questi ultimi anni di crisi.

Il tutto accade mentre la Fiom nazionale alza barricate contro la riforma del sistema contrattuale in avvio del negoziato per il rinnovo del contratto dei metalmeccanici e pochi giorni dopo la querelle tra il segretario

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Bper verso le nozze
Titolo da monitorare

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA



L'amministratore delegato di Banca Popolare dell'Emilia-Romagna è naturalmente molto attento al capitolo delle aggregazioni, sostiene Matteo Zardoni di Banca Albertini Syz. Alla luce, in particolare, della recente normativa che impone alle banche popolari, il cui attivo supera gli 8 miliardi di euro, di trasformarsi in società per azioni entro ottobre 2016. Due possibili scenari appaiono percorribili: l'aggregazione con Banca Popolare di Milano, già tentata diversi anni fa, o con le valtellinesi Creval e Banca Popolare di Sondrio. In entrambi i casi esistono ampie sinergie, sia dal punto di vista dei costi, sia dalla gestione del rischio. La chiave di volta sarebbe un preaccordo tra Creval e Banca Popolare di Sondrio, perché una loro aggregazione potrebbe aprire le porte a Bper. Bper, infatti, ha circa un terzo degli sportelli in Emilia-Romagna, mentre le rimanenti filiali sono concentrate in Sardegna ed Italia meridionale. Struttura molto simile a quella di Creval. Settimana prossima Bper renderà noti i risultati del terzo trimestre 2015. È noto che

la congiuntura che il settore bancario sta vivendo risulta essere ancora difficile ed impegnativa. In effetti, nella prima metà dell'anno l'andamento dei ricavi è risultato debole, ma meglio delle attese è stato il costo del rischio del credito erogato, barometro, quest'ultimo, di una possibile stabilizzazione della qualità degli attivi e, forse, l'inizio dell'assorbimento dei crediti cosiddetti incagliati. Dai nuovi dati, una sorpresa potrebbe riguardare l'asset management, settore sempre più importante per Bper, grazie all'incidenza percentuale in termini di ricavi da commissioni. La banca modenese, ricorda Zardoni, è socia di riferimento di Arca, al centro di una possibile offerta da parte del fondo Atlas o Anima Sgr. Anche se al momento il settore bancario italiano non appare particolarmente interessante, l'azione Bper va attentamente monitorata, in vista delle possibili operazioni straordinarie citate: l'ipotesi aggregazioni tra banche popolari e lo sviluppo dell'asset management.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Credito e politiche regionali: così si percorre la strada verso la «Manifattura 4.0»

SEGUE DALLA PRIMA

A rischio di sembrare noioso e ripetitivo non posso non ricordare come l'emergenza principale resti il credito, esigenza vitale per realtà sottocapitalizzate come quelle che io rappresento, senza dimenticare poi i crescenti costi dell'energia, la pressione fiscale, i tempi di pagamento e la burocrazia. Nei prossimi quattro anni alla guida di Confartigianato Emilia Romagna, come anche nel ruolo di vicepresidente vicario di Confartigianato Nazionale, chiederò un'efficace politica pubblica della Garanzia per facilitare l'accesso al credito delle Pmi, costruendo una forte integrazione tra Fondi pubblici (in primis il Fondo Centrale di Garanzia) e il sistema dei Confidi, valorizzandone i fattori distintivi della mutualità

e sussidiarietà.

Nel mio mandato grande attenzione sarà dedicata alle politiche regionali relative all'artigianato, materia sulla quale la giunta ha competenza specifica, in questo campo possono e devono fare di più. Abbiamo firmato convintamente proprio con il presidente in materia, si può e si deve fare di più. Pur plaudendo al Patto per lo Sviluppo firmato recentemente con il presidente Stefano Bonaccini suggeriamo azioni concrete che vadano nella direzione della recente legge della Regione Lombardia «Manifattura 4.0» che ha messo in campo risorse regionali, nazionali ed europee sino ad arrivare alla cifra di 580 milioni di euro in 7 anni per: innovazione tecnologica, ricerca, semplificazione amministrativa e fiscale, nuovi strumenti per il credito, in-

ternazionalizzazione, integrazione tra formazione professionale, ricerca e lavoro artigiano, senza dimenticare il collegamento tra università, centri di ricerca e imprese.

Come presidente di Confartigianato sento inoltre come un dovere aiutare la Fiera di Bologna, della quale siamo azionisti, a fare un passo deciso nel passato: un tempo era la seconda d'Italia e la quinta d'Europa, è giusto darle modo di tornare a quei fasti. Crediamo sia possibile farlo con l'uscita del pubblico dall'azionariato, azione che libererebbe la Fiera da impropri vincoli pubblicitari e impieghi i capitali ricavati o per calare le tasse che sono sempre alte o per fare nuove infrastrutture di cui c'è un gran bisogno. Crediamo sia il momento opportuno perché la Fiera di Bologna completi la privatizzazione andando in borsa.

Marco Granelli

Presidente Confartigianato

Emilia-Romagna

© RIPRODUZIONE RISERVATA

della Fiom regionale Bruno Papignani e le associazioni territoriali emiliano-romagnole di Confindustria sull'applicazione del Jobs Act. La disputa si è trascinata per tutta estate, prima con una lettera dai toni perentori nella quale Papignani diffidava associazioni datoriali e, pare, anche singole aziende, dall'applicare la nuova normativa sul lavoro su tre aspetti: assunzioni a tutele crescenti (vale a dire licenziabilità con indennizzo dei neo assunti), possibilità di demansionamento e controllo a distanza dei lavoratori. Altrettanto perentoria è stata la risposta degli industriali: il Jobs Act è una legge dello Stato ed è inaccettabile che qualcuno ci diffidi dal rispettarla. Il terzo atto è di metà ottobre: Papignani riprende in mano la penna e, pur lasciando da parte le diffide, chiede di aprire un dialogo per concordare il superamento della legge; di fatto insiste sulla non applicazione. Di sicuro riceverà un nuovo rifiuto. Una vicenda surreale. Restando al caso Ducati, la Fiom, che ha accettato un'infornata di 200 precari per 3-4 mesi, avrebbe coerentemente dovuto rifiutare le stesse assunzioni se fossero state a tempo indeterminato, a regola di Jobs Act.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Aiuti alle piccole e medie imprese
Due miliardi per chi investe
Credem scommette sulla ripresa

Due miliardi di euro per le piccole e medie imprese che investono — 500 milioni solo in Emilia-Romagna — è quanto il Gruppo Credem ha destinato all'operazione Grancassa. Il plafond di finanziamenti a favore delle pmi già clienti supera del 36% quello dell'anno scorso. Procede così l'escalation della banca reggiana che negli ultimi cinque anni ha incrementato i prestiti del 20% (+5,3% quest'anno) toccando a giugno un ammontare di 21,5 miliardi pur con una qualità dell'attivo ai vertici del sistema (le sofferenze su impieghi a fine giugno erano l'1,7% contro il 4,6% della media). Il plafond è rivolto ad un bacino potenziale di 42.000 aziende — artigiani, agricoltori e piccole imprese — e sarà erogato senza ulteriori garanzie, mediante procedure snelle ed in tempi ristretti. Ciò è reso possibile dalla solidità patrimoniale del gruppo, riconosciuta il 2 ottobre dalla speciale autorizzazione di Banca d'Italia. Insomma, una bella scommessa sulla ripresa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Direttore Adolfo Bizzocchi di Credem

Breakeven nel 2017

La Perla vede i ricavi a +30%
La cura Scaglia funziona

Raggiungere il breakeven entro il 2017. Questo il piano di Silvio Scaglia, numero uno del marchio La Perla, che prospetta un'accelerazione dei ricavi del 30% per fine anno a 150 milioni di euro. Il brand premium di lingerie controllato proprio dalla Pacific global management dell'ex ad di Fastweb, dopo l'opening di un flagship diretto a Hong Kong che ha portato a 215 il totale delle boutique monomarca, ha messo in cantiere altre 15 inaugurazioni entro la fine del 2016. Gli investimenti del tredicesimo uomo più ricco d'Italia riguardano anche la produzione: dopo la ripresa delle attività a pieno regime nella storica sede di Bologna, è stata aggiunta una unit produttiva in Portogallo. A oggi La perla impiega 1.589 addetti. La cura Scaglia insomma comincerà a dare i suoi frutti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE

A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Enrico Franco

Caporedattore centrale:
Simone Sabatini

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione
presso il Tribunale
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Enrico Franco

© Copyright Editoriale
Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere
riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pessano
con Bornago - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana

bo.di.

BOLOGNA:
diagnostica internazionale

*Bologna
è diagnostica
per immagini
internazionale*

Grazie agli accordi tra ANISAP, Regione e AUSL
il polo diagnostico BODI mette a disposizione
**3 risonanze magnetiche in convenzione
dal lunedì fino alla mezzanotte di sabato**

Inoltre:

- Tac
- Mammografia
- Radiologia
- Densitometria
- Ecografie
- Ecocardio
- Ecocolordoppler
- Holter - Test da sforzo
- Holter pressorio
- Test di laboratorio
- Videodermatoscopia

ACCREDITATO con il
SSN, mutue e
assicurazioni private



terme s.petronio
antalgik

Via Irnerio, 12/3C – 40126 Bologna
tel. 051 246534

www.diagnosticabodi.it